

カスタマー&ビジネスソリューションカンパニー
ご所属の皆さま

この通信では、『東京ガスブランドに関するニュース』や
『IGNITUREのソリューション』などを楽しく紹介していきます！

~~~~~ <<<<< 1分で読める！今号のIGNITURE通信 >>>>> ~~~~~

**【現場の最前線から！IGNITUREソーラーで加速する東京ガスの利益成長📈】**

- ・リビング営業一部（以下、リビ営業一部）は  
BTMソリューションプロジェクト部（以下、BTMPJ部）と連携し  
**飯田グループ（以下、飯田G）にIGNITUREソーラーを提案。**  
**柔軟な対応と、現場フォロー力を強みに採用されました。**
- ・その結果、飯田Gとのコミュニケーション量が増え、  
**IGNITUREソーラー以外の取引にもつながりました。**
- ・今後もより多くのお客さまにご採用いただくため、  
**業務の効率化・自動化を行いクライアントに貢献していきます。**

**【エリア限定ブランディング施策の第三弾が展開中📍】**

- ・今回は「東京ガスの機器交換」という、  
第一・二弾の「東京ガスのハウスクリーニング」とは  
**性質が全く異なるソリューション事業と電気の組み合わせでも、  
更にエリアを拡大しても、助成想起率向上などの効果が得られるかの検証をします。**
- ・機器交換においては、売上の大半を占めるのがライフバルによる販売であり、  
**「リアル接点＝ライフバル」との連携が重要な要素になると考えています。**

-----\*\* 📍現場の最前線から！IGNITUREソーラーで加速する東京ガスの利益成長 📍 \*\*-----

今回は、「現場の声が聞きたい」というご意見にお応えするため、  
**リビ営業一部が住宅事業者など（以下、クライアント）へIGNITUREソーラーを  
どのように提案し、利益へと繋げているのかに迫ります。**  
今回は、リビ営業一部の井之脇さんと太田さんにお話を伺いました。



井之脇さん

太田さん

**1. リビング営業一部について教えてください！🏠**

リビ営業一部はtoC分野において、**クライアントと協業し、  
エネルギー・設備・サービスを組み合わせたソリューションを  
お客さまに提供することで、東京ガスの利益成長に貢献することを  
ミッションに営業活動を行っています。**

私たちの部所は、分譲住宅シェアNo.1の飯田Gを担当しており、  
社内・社外と連携し、ガス機器や住設機器、ソリューションを  
組み合わせながら提案します。  
現在は、**BTM事業の主力であるIGNITUREソーラーを**

東京ガスエリアに縛られず、全国エリアへ拡販することに注力しています。

## 2. IGNITUREソーラーを提案しているクライアントについて教えてください！

飯田Gは、政府が推進するカーボンニュートラル施策へ対応するため、**新築住宅等に太陽光発電設備を設置していく必要があります。**

その一方で、ローコスト住宅を大量供給するビジネスモデルであるため、**建築原価や作業時間の増加は避けたいというニーズがありました。**

そのニーズに対して、“初期費用0円で太陽光を搭載できる”といった、**IGNITUREソーラーと同様のサービスを提案する事業者は、東京ガス以外にも数多く存在しました。**

そこで私たちは、BTMPJ部のご協力のもと、全国展開に向けて**クライアントの要望に合わせてサービス内容を柔軟に変化させたり、クライアント側の作業時間を極力増やさないよう現場フォローに力を入れ、採用を勝ち取ることができました。**

今では、全国エリアで年間3,000件以上のご採用をいただくことができています。



(写真) IGNITUREソーラーを採用していただいた住宅

## 3. IGNITUREソーラーを提案するメリットやそのエピソードを教えてください！

IGNITUREソーラーの採用を通じて、**クライアントとのコミュニケーション量が格段に増えたことが嬉しい点です。**

例えば、飯田Gの1社であるタクトホームは、**IGNITUREソーラーを提案する前までは、飯田Gの他企業と比較すると当社商材の採用が少なく、定期的に会話する機会を作ることが難しい状況でした。**

IGNITUREソーラーのおかげで、**本社・営業所ともにコミュニケーション量が格段に増え、オクトバスエナジーの太陽光サービスも含めて採用いただき、エリアも全国に広がりました。**

また副次的効果として、**IGNITUREソーラー以外の取引も増えました。**

(タクトホーム自社ビル屋上への太陽光搭載、当社商流による乾太くんオプション採用、成約特典としてReFa水栓採用等)引き続き、**IGNITURE商材を起点に、クライアントとの会話を継続し、クライアントへより良い提案をしながら、当社の売上・粗利向上に貢献していきたいと考えています。**

## 4. 今後の課題・改善策・展望などを教えてください！

今後も飯田Gにより多くのIGNITUREソーラーをご採用いただくためには**更なる業務の効率化・自動化が今後の課題です。**

具体的には、以下の2点があります。

- ・住宅購入者に対し、抜け漏れなくサービス申込みまでご案内すること
- ・社内の各種手続き・報告業務等を簡略化する、あるいは自動化すること

私たちは、**施工会社やクライアント、お客さまとも日々接点を持つからこそ、**

業務の効率化・自動化の観点で気づけることがあると思います。  
私たちが抱える課題を解決することで、IGNITUREソーラーをより多くのお客さまに  
提供することができ、クライアントのニーズに寄り添った新商材やサービスを  
提案する時間の創出に繋がります。  
その結果として、お客さまの快適で便利な生活に貢献すると考えています。

## 5. 読者へのメッセージ 🏠

多く商材やサービスを飯田Gにご採用いただけているのは、  
ひとえに業務原局であるBTMPJ部の皆さんや  
リビ営業一部の営業推進、バックオフィスメンバーの皆さんのおかげです。  
この場をお借りして感謝申し上げます。

今後もIGNITUREソーラーがクライアントから求められるソリューションで  
あり続けるためには、現場のクライアント・仲介会社・お客さまフォロー含め  
泥臭く地道な営業活動が必要だと考えています。

また、社内で注目度の高いIGNITUREソーラーを、全国エリアのサービスに  
押し上げられるかどうかの鍵を握っているという意味ではやりがい・手応えがある業務です。  
IGNITUREブランド浸透の一端を担っている自覚を持って  
これからも業務に励んでいきたいと思っています。



BTMPJ部とリビ営業一部の集合写真

## ——\*\* ✨ エリア限定ブランディング施策の第三弾が展開中！ ✨ \*\*——

10月から実施しているエリア限定ブランディング施策の第三弾が、2月から始まりました！  
今回は、川崎市中原区に加えて宮前区・多摩区・麻生麻生区限定で、  
TVerやYouTube広告、SmartNews広告など複数メディアに施策を展開しています！

🖱️ 画像をクリックすると動画が流れます！ 🖱️



### <ブランディング施策概要>

- ・実施時期：2月2日～2月27日（予定）
- ・掲載場所：川崎市中原区、宮前区、多摩区、麻生区
- ・広告掲出先：YouTube、TVer、META広告、ライブバル車両、  
コミュニケーションツール(マグネット広告)、ポスター



車両広告



マグネット広告



ポスター

※詳しい情報は過去のIGNITURE通信 (Vol.24、Vol.25、Vol.28) をご覧ください！

## 1. エリア限定ブランディング施策の第三弾について

前回のエリアテストにおいて、中原区内におけるハウスクリーニングの認知率向上及び一定の売上効果を確認することができました。

今回は、「東京ガスのハウスクリーニング(以下、ハウクリ)」と「東京ガスの機器交換(以下、機器交換)」という性質が全く異なるソリューション事業を入れ替えたとしても、同様の効果が得られるのかどうかを検証したいと考えています。また、ハウクリと異なる要素として、機器交換においては、**売上の大半を占めるのがライフバルによる販売**であり、前回のエリアテストと比べても、「リアル接点=ライフバル」との連携が重要な要素になると考えています。

## 2. ライフバルとの連携について教えてください！

今回の取組みでは、前回からご協力いただいていたライフバル川崎中原（中原区）に加え、ライフバル川崎北（宮前区・麻生区・多摩区）にもご協力いただけることになりました。ライフバルの強みである、日々のお客さまとの直接接点の強みを活かし、デジタル×リアルの両輪で、「くらしの会社」「くらしのプロ」としてのブランド認知の浸透を図っていきたいと思います。

-----\*\* ✎ 筆者の後書き ✎ \*\*-----

東京ガスのサービスであるIGNITUREソーラーを、全国エリアのお客さまにご採用いただけていることは、とても嬉しいです！今後の営業活動においてもIGNITUREソーラーが重要であることがわかりました。ブランディング施策第三弾も、前回との違いが気になります。川崎エリアに出かけたら、広告を探してみようと思います！